



「子どもの権利とビジネス研究会」 サマリーレポート

Powered by

子どもコミッションイニシアティブ
KODOMO COMMISSION INITIATIVE

はじめに

株式会社日本総合研究所（以下、日本総研）は、多様な個人と社会が、共に育ち、幸せになる社会を「共育ち社会」と名付けました。その実現には、国、自治体、地域社会、企業、教育機関等による、さまざまな角度からのアプローチが必要です。一人ひとりを権利の主体と捉え、ステークホルダーとしての関係を構築することもその一つです。

子どもについて考えると、「子どもの権利」を手掛かりに子どもと企業の接点を見つめなおすことができます。そこで、2024年11月20日（世界子どもの日）に「子どもの権利とビジネス研究会」の設立を発表しました。

研究会では、株式会社イオンファンタジーとソフトバンク株式会社の事業をロジックモデルを用いて表現し、子どもの権利とどうつながるのかを可視化しました。また、研究会には大谷美紀子氏（弁護士、前国連子どもの権利委員会委員）と堀江由美子氏（公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン アドボカシー部長）にアドバイザーとして関わっていただきました。

日本総研の取り組みとして、長期的に目指す姿からのバックキャストモデルを示しました。さらに、次世代が育ちやすい仕組みを整えるための具体的なアクションに向けた「5つの行動指針」をまとめました。企業を含め日本全体で子どもの権利を尊重し、促進するための「子どもコミッションイニシアティブ構想」についても提言しています。

目次

• CASE STUDY

- 001 株式会社イオンファンタジー 「ちきゅうのにわ」
- 002 ソフトバンク株式会社 「AI スマートコーチ」「AI チャレンジ」

• 日本総研の取り組み

- 長期的に目指す姿からのバックキャストモデルの提示
- 5つの行動指針
- 子どもコミッションイニシアティブ構想





CASE STUDY 001 株式会社イオンファンタジー 「ちきゅうのにわ」

「子どもと地球の未来を育む遊んで学べるプレイグラウンド」がコンセプトの、0歳～12歳を対象としたキッズガーデン。全国9店舗展開中（2025年3月現在）。ダイナミックな遊具、砂遊びスペースのみではなく、自然と触れあうことができるSDGsイベントやワークショップの開催など、遊びながら学びが得られる施設。

詳細は <https://www.fantasy.co.jp/chikyunoniwa/>

子どもの権利との接点

差別のないこと

言葉や体が使いにくくても
遊びやすい遊具や時間

子どもの最善の利益

自然環境やSDGsに関心を
持つ体験イベント

生命・生存・発達の権利

天候にかかわらず
体を動かせる

子どもの意見の尊重

遊びの中の声に、
スタッフが前向きに声掛け



執行役員 商品本部 本部長 塩澤 裕也氏（写真右）（研究会時は執行役員 ビジネスイノベーション本部 本部長）
戦略本部 広報・サステナビリティグループ ゼネラルマネジャー 圓藤 美美氏（写真左）
にお話を伺いました。

※点線はほかのきっかけとあわせて可能性がでてるもの

「ちきゅうのにわ」による体験のきっかけ提供

天候に関わらず体を動かせる環境や、地球に関する言葉を知るきっかけを提供しておられます。さらに、スタッフの声掛けを充実させることは、低年齢層の子どもの興味を引き出すきっかけになります。これは、新しいおもちゃに頼りすぎることなく設備の実質的な寿命を延ばすことにもつながります。

インプット / 活動



アウトプット

子どもが親に行きたいという

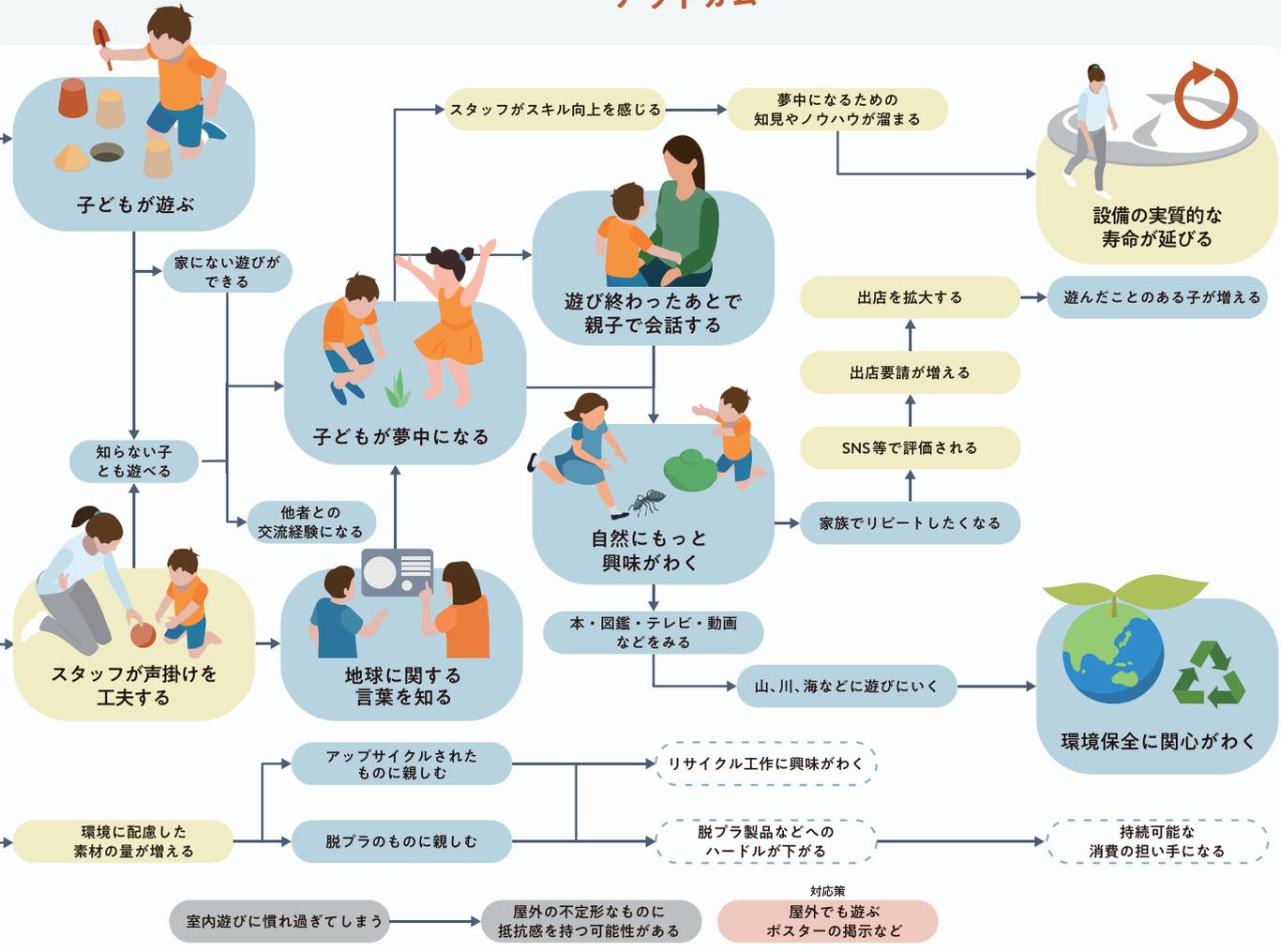
親が子どもを遊ばせる

スタッフが研修を受ける

環境をテーマのイベントを実施する

設備等を調達する

アウトカム



インパクト



サステナビリティの実践を 一歩踏み込むため、研究会に参加

——研究会に参加されたきっかけを教えてください。

また参加前、イオンファンタジーでは子どもの権利は身近な話題でしたか？

塩澤氏（以下、敬称略）：イオンファンタジーでは、2021年にサステナビリティ方針を掲げ、取り組みを推進してきました。その中の課題の一つとして人権があり、特に私たちの事業は子どもを含むファミリー向けのものなので、「子どもの人権は大切だね」といった会話がなされていたのですが、まだまだ漠然としていたのが実情です。そんな中、弊社の社外取締役が日本総研さんとお付き合いがあり、ぜひ勉強させていただこうと参加しました。

圓藤氏（以下、敬称略）：私は、2024年からサステナビリティの担当になりました。子どもの権利についての事前知識はあまりない状態でしたが、社内ではガバナンス強化の文脈で人権について取り組んでいたり、子どもの未来への貢献という文脈で障害をもつお子さまへの取り組みをしていたので、そうした動きと関連性が生まれていくのかなと想像しながら参加しました。

社会的インパクトを明らかにすることで、 事業の意義を再発見していく

——研究会では、子どもの権利とビジネスとの具体的な接点を明らかにするために、製品・サービスを起点とした子どもの権利へのポジティブおよびネガティブ影響のインパクト評価のためのロジックモデル（※各社のビジネスと子どもの権利との関係を分析・図式化したもの。P4参照）を作成しました。このロジックモデルができたことで、事業に何か変化を感じましたか？

圓藤：まずは広報活動で、メディアの方に「ちきゅうのにわ」の本質的な価値についてどう語るができるのか悩んでいたタイミングだったので、その説明の裏付けになりそうだと思いました。

今までは、他のプレイグラウンドとの違いを尋ねられたとき、「地球をテーマにしたデザイン性」の話がメインでした。ですが、ロジックモデルができたことで、アウトカムやインパクトまで説明できるようになりました。

また先日は、サステナビリティの取り組みに対して、取引先の他社の方から「どんな社会的インパクトがあるとお考えですか？」と尋ねられました。研究会に参加する以前は「プレイグラウンドの社会的インパクトって何だろう？」と答えに窮していたと思うのですが、今回のロジックモデルがあったおかげで、具体的に答えることができました。



塩澤：長年プレイグラウンド事業を続けてきましたが、「子どもたちにどんなインパクトを与えているのか」という視点で事業を整理できたのは、今回がはじめてです。その価値は非常に大きいと思っています。特に出店を考える際、子どもに対して与えるインパクトを何かしらの指標に落とし込んだ上で出店計画を立てる必要があると、意識が変わってきたところです。

また最近、自治体から運営している遊び場の運営委託に関するご相談をいただいたのですが、スタッフの教育や子どもに対する関わり方に非常に困っているとのでした。そこで、私たちのスタッフの教育体制を伝えていったり、指定管理を請け負っていくという事業展開が今後進んでいきそうなのですが、今回のロジックモデルは自治体の方々にも事業の価値をわかりやすく伝えることができるものになっていると感じています。

——ロジックモデルでは、スタッフの子どもへの関わり方がもたらすインパクトも明らかにできました。研究会でも、「興味関心の移り変わりがある子どもに対して、スタッフのコミュニケーションを充実させることで、新しい設備やおもちゃの導入に頼らずに運営できる」とおっしゃっていたことが印象に残っています。

圓藤：プレイグラウンドの大型遊具は一度導入したら頻繁に変えられないため、何度も再来店をしていただくためには、同じ遊具でも変化をつけなくてはなりません。そこで、「ちきゅうのにわ」ではスタッフがお子さまと一緒に遊ぶことで、同じ遊具でも毎回違う楽しさを提供できるように

サービス面で工夫を行っています。そこは「ちきゅうのにわ」の武器なのかなと思っています。

塩澤：デジタルの映像を使って空間を演出したりすることが流行していますが、弊社の海外店舗では、プリミティブな遊びを中心にしながらも、従業員とのふれあいを重視して子どもたちを楽しませるという型が出来上がってきているので、日本にもそういったことが広がってほしいですね。最先端技術とは真逆の方向ですが、子どもたちに与えるインパクトをスタッフで支えていくというのは、新しいビジネスの型をつくるチャンスかなと思います。



まずは事業の中から、 社会的インパクトの実現を始めることはできる

—その他、このロジックモデルを通して予想していなかった発見はありましたか？

圓藤：普段やっていることが自然とインパクトにつながっていたというのは新しい発見でした。例えば滑り台を怖がっていた子をスタッフがサポートして滑れるようになり、その姿に「すごいね、できたね」と声をかける、みたいなことです。

日常的にあることなんですけど、それが子どもの権利へのインパクトにつながると知って、特別なことをしなくても提供しているサービスや子どもとのふれあいの中ですでに実現できていることがあるということは自信になりました。

実際、この研究会に参加するまでは、例えばユニセフがやっているような活動や、大きな金額を寄付するなど、大々的に行動しなければ「やっている」とは言えないのではないかと重く捉えてしまっていて、中々一步踏み込めずにはなりました。だからこそ、事業を通じて子どもの権利に対して貢献できるということを整理できたのは、大きな成果であり新しい発見だと思っています。

—高額な寄付は頻繁にできるものではないので、本業の中で継続的に取り組める仕組みや道筋を見つけることがインパクトにつながると感じています。今回は「ちきゅうのにわ」のロジックモデル作成でしたが、例えば他事業に応用していこうという方向性や兆しはありますか？

塩澤：私はアミューズメントゲームコーナーを扱う商品本部に着任予定なのですが、当社の収益の大部分はこのアミューズメント事業です。

昔は「汚い」「怖い」と言われてきたアミューズメントをファミリー向けに変革することを創業者が掲げ、今のイオンファンタジーがあります。そうした背景を持っているからこそ、こちらの事業でも子どもへの貢献を明らかにするロジックモデルの必要性を感じています。

—今後、研究会に期待することはありますか？

塩澤：企業が事業を通して子どもの権利に貢献していけることの社会的認知を高めるところは、僕らだけで表現していても難しい部分だと思いますので、取り組みの発信など一緒に進めることで、より広がりが生まれたら嬉しいですね。

—ありがとうございました！



聞き手：日本総研インキュベーションプロデューサー 清水久美子（写真左）

CASE STUDY 002 ソフトバンク株式会社

「AI スマートコーチ」

「動画で学ぶ、撮って比較する、記録する」を通じて、運動・スポーツのスキル向上と、児童生徒の主体的・協同的な学びをサポートすることを目的としたアプリケーション。17種目の競技+体育に対応。体育・部活の指導に使える解説・動画を1,500本以上配信中（2024年11月30日現在）。

<https://smartcoach.mb.softbank.jp/lp/>

「AI チャレンジ」

これからの社会で求められるAIを使いこなせる「AI 活用人材」を、探究学習を通じて育成する実践的な教育プログラム。発想力、テクノロジー活用力、実装力を養うカリキュラムを通してAI活用の成功体験を積み「STREAM チャレンジ」で自ら社会課題についてアイデアを発想し、適切なAIツールを活用しながら社会実装課題解決まで実践。

<https://www.softbank.jp/corp/sustainability/special/ai-challenge/>

子どもの権利との接点

差別のないこと

身近に先生がいなくてもスポーツをあきらめない

子どもの最善の利益

地域外と交流できる

生命・生存・発達の権利

子ども同士の教えあう力を引き出す

子どもの意見の尊重

経験や進路の選択肢を増やす

差別のないこと

親や先生だけに頼らなくてよい

子どもの最善の利益

先生も一緒にAIリテラシーを高める

生命・生存・発達の権利

AIに触るためのハードルが下がり
学びの機会が増える

子どもの意見の尊重

非ITを含む進路の選択肢を増やす



CSR本部 CSR企画統括部 CSR企画1部 次世代育成推進課
担当課長 田中 賢治氏（写真左） 同課長代行佐藤 誠氏（写真右）にお話を伺いました。

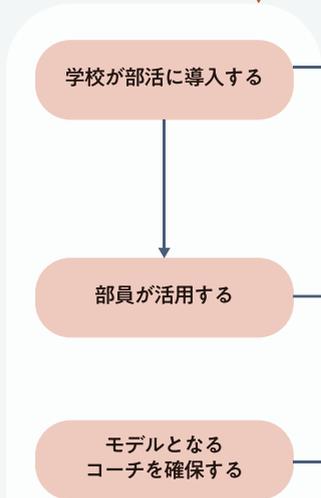
「AIスマートコーチ」による部活動の支援

身近にコーチがいなくても、部活動を続けるための環境を提供していただけます。部活動が「教えてもらうもの」から、より「主体的に取り組むもの」に転換されるきっかけとなっており、このことによって子ども同士の力を引き出したり、意見を尊重する機会になります。また、技術指導の方法の選択肢が増えることは、地域での新たなステークホルダーとの関係構築にも貢献できると期待できます。

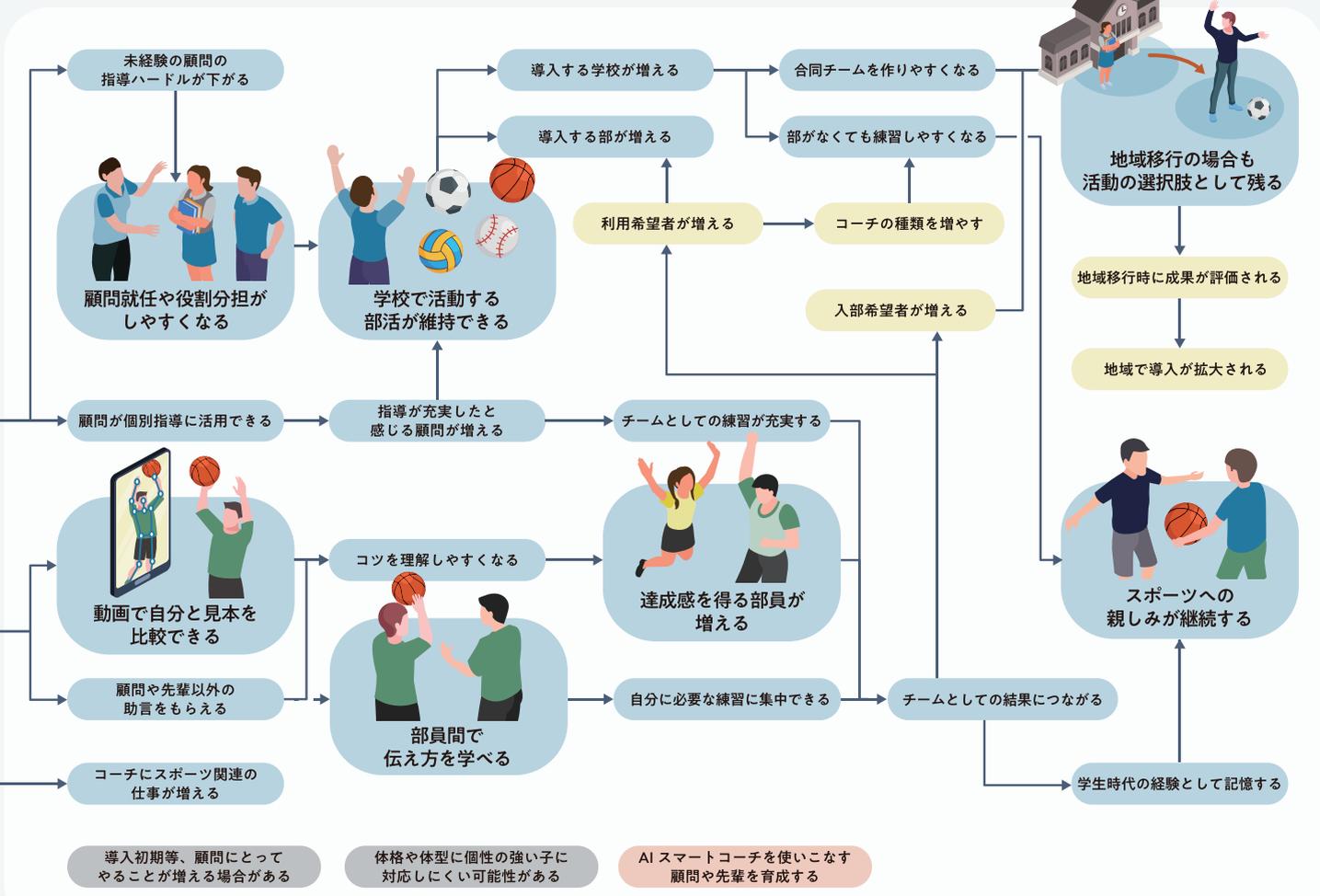
インプット / 活動



アウトプット



アウトカム



導入初期等、顧問にとってやるが増える場合がある

体格や体型に個性の強い子に対応しにくい可能性がある

AIスマートコーチを使いこなす顧問や先輩を育成する

インパクト



※点線はほかのきっかけとあわせて可能性がでてくるもの

「AI チャレンジ」プログラムによる高校支援

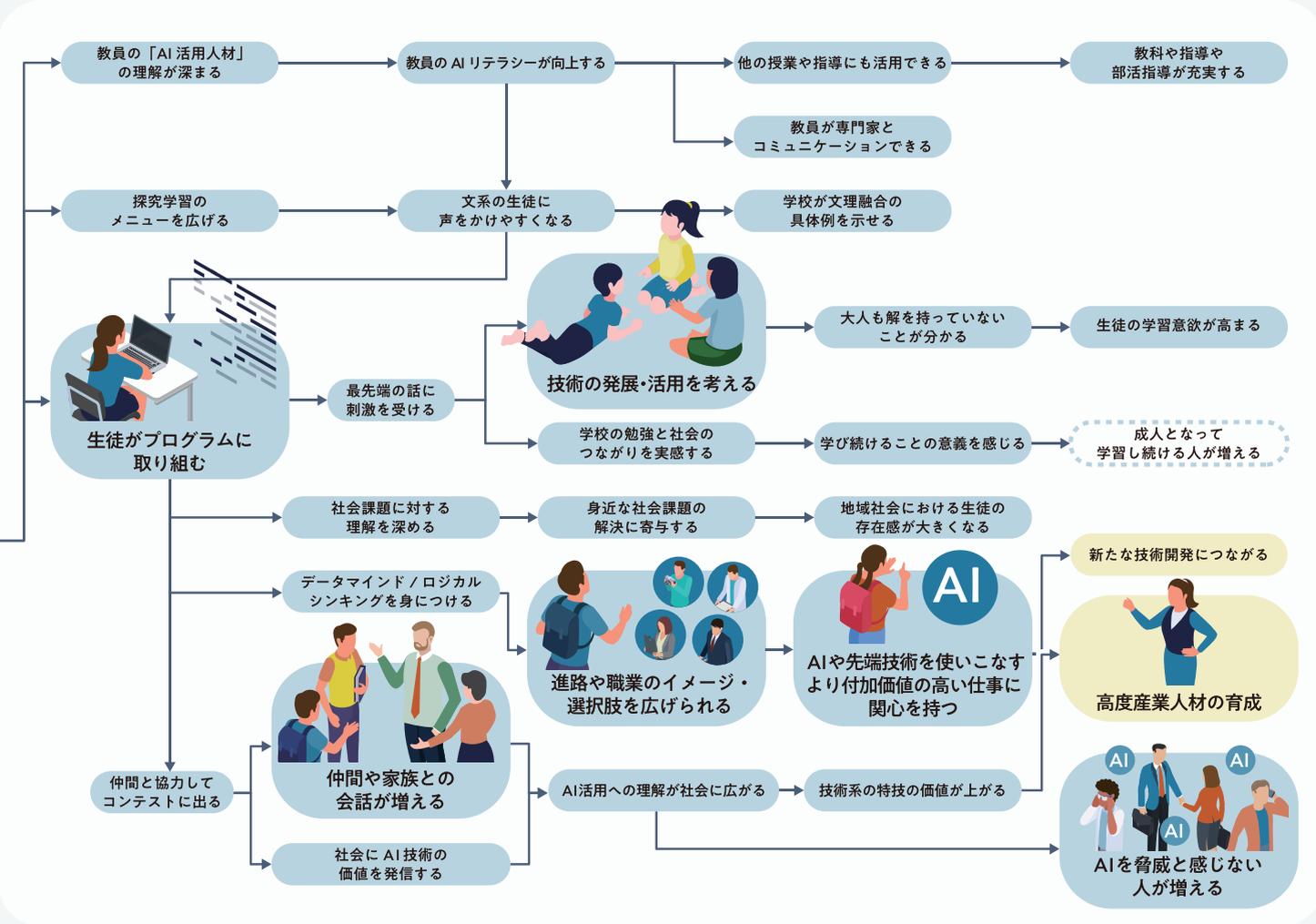
文系 / 理系の分け隔てのない、AI を活用した探究学習の機会を提供しておられます。決まった解のない問題に取り組むことで、ロジカルシンキングを身に付け、技術の発展や活用の方向性について意見を出すきっかけになります。また、AI を活用することで、社会課題と色々なかわり方ができることを実感することは、進路や就職についての選択肢を広げることにもつながります。

インプット / 活動



「AI チャレンジ」プログラムを探究学習向けに開発・提供する

アウトカム



アウトプット

学校が導入する

専門家ネットワークができる

インパクト



社会貢献事業のインパクトを可視化するため、社内でもロジックモデルに挑戦しながら参加

—今回、日本総研メンバーとソフトバンクCSR本部 本部長兼 ESG 推進室室長 池田氏がつながったことをきっかけに研究会にご参加いただきましたが、参加前からソフトバンクでは子どもの権利は身近な話題でしたか？

田中氏（以下、敬称略）：実際、聞きなれなかったのが正直なところですよ。お誘いいただいたときには、我々がすでに取り組んでいる施策とどのように関係を見出せそうか、まずは参加しながら考えようとスタートしました。

佐藤氏（以下、敬称略）：研究会のお誘いを受けた時点では、「子どもをどうやって守るのか」を考えていくのかと思っていました。例えばスマートフォンにはフィルタリング機能がありますし、トラブルから守るためにシステムを発動させるような仕組みをつくることはこれまでもありましたが、正直それ以外に何をやれそうなのかは、想像はついていませんでした。

—研究会でのロジックモデルの作成、インパクト評価には当初からご関心を持っていただいていたと思いますが、その背景にはどのような期待があったのでしょうか。

田中：CSR 本部では、これまでも社会貢献の事業を進めてきましたが、思ったように事業価値の見える化ができずにいました。そこで、社会に対してどのようなポジティブな影響を与えているのか周囲にわかりやすく伝えるための指標を作ろうと、社内でも各アセットの担当者全員がロジックモデルの作成にとりかかっていたんです。

完全に作成できるかはまずは脇に置いて、ときにはグループワークも交えながら挑戦していました。例えば今回ロジックモデルを作成いただいた「AI スマートコーチ」、「AI チャレンジ」でも、それぞれ過去の担当者がつくってみたいことはありました。

子どもの権利を手がかりに、客観的に事業価値を再発見

—そうした背景をお持ちの中、今回のロジックモデルを見たときには最初にどう思われましたか？

田中：基本的には社内で作成してきたものと近い印象がありましたがインパクトの部分で違いを感じましたね。社内で作成したのは、社会へのポジティブな影響とその経済的影響を中心に考えたものだったのですが、今回は子どもの権利の観点から作成していただいたので、それは我々には全くない視点でした。





佐藤：私も大きな流れとしては同じ思考なのかなという印象がありました。ただ、私たちはインパクト評価などの数値化に特に注力していたので、今回作成いただいたマップと見比べたとき、今後はマップをもう少し見直すことができそうだと思います。

田中：あとは、短期的なインパクトの定量化は社内でも進められていたのですが、すごく難しいなと思っていたのが、子どもたちが大人になっていく中での中長期的な影響の定量化です。今回ぜひ勉強させていただきたいと思っていたのですが、やはりそこは難しいのだなと研究会を通して感じ

ました。ただ一方で、教育の影響として包括的に長期目線で見るとどうしても単一のサービスの影響の抽出は難しいのだという考え方は学びになったなと思います。

中長期的な目標設定や、子どもの権利についての新しいサービスや仕組みが生まれる基盤に

——確かに、教育という包括的な営みの中で1社による影響を言い切るのは難しいですが、ロジックモデルは教育に関わる皆さんとの協働の中で企業のスタンスを示す一つの重要な役割を担ってくれるのではないかと思います。例えば現時点で感じている、今回のロジックモデルが生まれたことによる事業の変化の兆しはありますか？

田中：やっていることは良いことだという自負は、やっぱりあるんですよ。ただ自社の事業なので良く感じるころはあるのかなとも思っていたのですが、今回、日本総研さんに客観的に良いところを発見してただけだったので、そこは今後顧客へお話を進める際の一つのポイントになるのではないかと考えています。

佐藤：弊社では定量的な部分の可視化が重要視されるので、今回出いただいた数字は、社内でのコミュニケーションや目標を掲げる際の指標になってくれるのではないかと思います。あとは、これまではロジックモデルを使用する際、断片的な一部をセールスポイントとして使用することが主でしたが、これからは子どもを取り巻く環境全体がどう良くなっていくのか伝えられるようになるのではという期待があります。

子どもだけではなく、先生や親御さん、地域への影響まで見通せて事業に奥行きが生まれそうですし、「このスコアをどうやって一緒にあげていきましょうか？」といったコミュニケーションの参照元にもなりうるなど感じています。

——今回のマップに登場するステークホルダーは子どもと先生だけではないので、いろんな場面で活用いただけるかもしれません。また、ロジックモデルを作成しながら感じていたことは、両サービスともAIによって先生を代替するというのではなく、AIを通して子どもたちの主体性を引き出すチャンスが生まれるということでした。

田中：もしかしたら AI と人間の関係は、まさにそこなのかもしれません。AIは人間を支援してくれる役割を持っているのだと思うんですね。また先生には知識を伝えるだけではない役割があるのだろうと思っています。

——最後に今後のロジックモデルの活用について展望をお聞かせください。

田中：まだ個人的な思いに留まりますが、このサービスを推進していく上での KPI はあるのですが、それとは別にプロダクトに取り組む上での中長期的な目標を定めるために、どこかのタイミングで事業を整理する必要はあるのだろうと感じていました。今回のロジックモデルは、その一歩目、例えば社内のベクトル合わせとして活かせるのではないかと感じています。

佐藤：今回のロジックモデルでは、誰に対してどのように事業価値を伝えたら適切な使い方をしていただけるのか考えるためのベースが生まれました。また、このロジックモデルが関係者全員に浸透していけばいくほど、子どもの権利についての新しいサービスや仕組みが生まれていくのだろうと思っています。

——ありがとうございました！



聞き手：日本総研インキュベーションプロデューサー 清水久美子（写真右）

長期的に目指す姿からのバックカスティングモデルの提示

人口が減っても、自由で豊かな国

「人口が減っても、生き活きとした住み続けたい国であること」を起点とし、子どもが生きる基盤に「子どもの権利の4原則」を置いて、バックカスティングで現在の大人の役割を分析しました。行政や立法、司法だけではなく企業にも重要な役割があると考えます。



「5つの行動指針」

「子どもコミッションイニシアティブ構想」について

日本では2023年4月に「こども基本法」「こども家庭庁」ができました。これにより、国連「子どもの権利条約」が定めた子どもの権利の4つの原則が国内法でも明確化され、さまざまな政策が進展しています。今後、子どもの権利を擁護・尊重する仕組みは、3つの点から充実させる必要があります。1つ目は、国連子どもの権利委員会の一般的意見第2号に倣い、子どもの権利の促進および保護を独立した立場から監視するメカニズムと意義の理解を深め、その人権機関（コミッション）を立ち上げることです。2つ目は、社会全体で次世代を育成するために、国、自治体、地域社会、企業、教育機関等のステークホルダーがその役割と責任を明確化し、課題解決を実行に移していくことです。3つ目は、子どもの権利を尊重することが及ぼすポジティブな影響、守れないことが及ぼすネガティブな影響を社会に周知していくことです。

日本総研は、次世代が育ちやすい仕組みを整えるための具体的なアクションに向けた「5つの行動指針」をまとめました。さらに、子どもの権利を尊重することの価値の理解促進を行い、子どもをステークホルダーと捉える考え方が浸透している状態を目指す「子どもコミッションイニシアティブ構想」を推進します。

「子どもの権利とビジネス」

5つの行動指針

1. ビジネスプロセスにおいて子どもの権利アセスメントを行う

製品・サービスの開発、広告等のコミュニケーション、採用活動、労働環境整備などの際に、「子どもの権利」から自己評価・改善を行う。
例) 製品・サービスのインパクト評価、人権方針・デューディリジェンスに「子ども」を明記する、子どもへのわかりやすい説明など。

2. 非正規への依存を減らし、生活しやすい賃金環境を作る

例) 最低賃金ではなく生活賃金を基準にする。ビジネスモデル全体での非正規依存（≒低賃金依存）を減らす。
シングルマザーを正規採用して育成するなど。

3. 気候変動対策、生物多様性保全を追求する

例) 2050年カーボンニュートラルに向けた取り組みを着実に具体的にするなど。

4. 本業と関連性の深い分野で次世代育成に関与する

例) 本業の最も強い／得意な分野で、学校支援などの社会貢献活動や、次世代育成を目的にした製品・サービスに進出するなど。

5. 従業員が子ども世代と自分の仕事について話す機会を作る

従業員それぞれに、子ども世代が自分たちをどう見ているかを把握する機会を作る。
例) 職場に子ども世代を招待する。従業員満足度調査等を使って、従業員が自分の子に限らず子ども世代と対話しているか、特に自分の仕事に対して子ども世代がどう見ているかを知っているかを把握するなど。





株式会社日本総合研究所

株式会社日本総合研究所は、生活者、民間企業、行政を含む多様なステークホルダーとの対話を深めながら、社会的価値の共創を目指しています。シンクタンク・コンサルティング事業では、パーパス「次世代起点でありたい未来をつくる。傾聴と対話で、多様な個をつなぎ、共にあらたな価値をつむいでいく。」を掲げ、次世代経済・政策を研究・提言する「リサーチ」、次世代経営・公共を構想・支援する「コンサルティング」、次世代社会・市場を創発・実装する「インキュベーション」を、個人間や組織間で掛け合わせることで、次世代へ向けた価値創造を強力に推進しています。

本件に関するお問い合わせ先

創発戦略センター

村上：murakami.megumu@jri.co.jp

清水：shimizu.kumiko@jri.co.jp

メール送付の際は、at を @ に変更してください。

子どもコミッションイニシアティブ
KODOMO COMMISSION INITIATIVE